



Indications géographiques : défis et opportunités pour le secteur café - cacao au Cameroun



**Rapport de l'atelier tenu à Yaoundé, Cameroun
28 - 30 septembre 2010**

**Version finale
Décembre 2010**

Remerciements

Ce rapport a été rédigé par Louis Hinzen (CTA), avec l'appui éditorial de Vincent Fautrel (CTA), Massimo Vittori (OriGIn), Pierre Etoa (ONCC), et Didier Chabrol (CIRAD/UMR Innovation). Il est basé sur les présentations et les discussions des participants de « l'atelier d'experts internationaux sur les enjeux de la démarche d'indications géographiques dans le secteur café-cacao au Cameroun » organisé par le CTA, OriGIn et l'Office National Café Cacao du Cameroun (ONCC) à Yaoundé (Cameroun) du 28 au 30 Septembre 2010. Nous remercions particulièrement l'ONCC pour son appui. Le présent rapport ne prétend pas être un compte rendu exhaustif de l'ensemble des débats de l'atelier et ne reflète pas nécessairement les opinions de ses auteurs ou des organisateurs.

Table des matières

1. Introduction.....	4
1.1 Contexte et objectifs	4
1.2 Participants.....	5
1.3 Programme.....	5
2. Filière café - cacao au Cameroun.....	6
2.1. Contexte historique.....	6
2.2. Profil du secteur café.....	7
2.3. Profil du secteur cacao.....	9
2.4 Commercialisation, qualité des produits et traçabilité	11
3. Le potentiel des indications géographiques (IG).....	12
3.1 Conditions nécessaires pour la mise en place d'une IG.....	12
3.1.1 Le produit et sa spécificité	12
3.1.2 La structuration de la filière.....	14
3.1.3 La mise en marché	15
3.1.4 Le contrôle et la certification	16
3.1.5 Le cadre institutionnel et légal	17
3.2 Etudes de cas.....	21
3.2.1 Café	21
3.2.2 Cacao	23
4. Implications possibles pour le Cameroun.....	25
4.1 Introduction.....	25
4.2 Identification de cafés et cacaos spécifiques	27
4.2.1 Café	27
4.2.2 Cacao	28
4.3 Délimitation géographique et caractérisation des produits.....	28
4.4 Les parties prenantes	29
4.5 Contrôle qualité	30
4.6 Commercialisation	30
5. Conclusion.....	31
Sources	32
Annexe 1: Agenda	34
Annexe 2 : Liste des participants	38
Annexe 3 : Discours d'ouverture	39

1. Introduction

1.1 Contexte et objectifs

Le commerce international des matières premières, particulièrement du café et du cacao, est actuellement caractérisé par une augmentation de la concurrence globale sur les principaux marchés d'exportation ainsi que par une forte volatilité des prix. L'intensification de la concurrence en termes de prix et de la qualité des produits exige des producteurs agricoles une plus grande différenciation des produits afin de se démarquer des concurrents, de se positionner sur des segments de marché plus rémunérateurs et maintenir les débouchés. A côté du poids économique important que représentent les chaînes d'approvisionnement mondiales des produits de base, il existe des produits locaux de qualité spécifique qui bénéficient d'une bonne réputation et qui sont en mesure de trouver des marchés plus rentables ou plus stables, améliorant ainsi le revenu dans les zones défavorisées.

Face à cette situation, les indications géographiques (IG) constituent une voie possible de différenciation, un moyen d'améliorer la valeur et un outil permettant de protéger des noms de produits agricoles et alimentaires. En outre, au-delà des aspects de commercialisation et de valorisation, les IG permettent souvent de déclencher une dynamique de développement local. Lié à la question complexe des droits de propriété intellectuelle, l'approche IG a été pendant longtemps principalement adoptée par les pays de l'Union Européenne. Plus récemment, les producteurs de différents pays en voie de développement ont montré un grand intérêt dans les IG. Dans ce contexte, et particulièrement dans le domaine du café et du cacao, de nombreuses expériences intéressantes dans les pays en voie de développement démontrent les possibilités offertes par l'approche IG ainsi que les défis importants quant à la question de sa mise en œuvre.

C'est dans ce contexte que l'Office National Café Cacao du Cameroun (ONCC) a demandé au Centre technique de coopération agricole et rurale ACP-UE (CTA) et l'Organisation pour un réseau international des indications géographiques (OriGIn) de co-organiser un atelier d'experts à Yaoundé avec l'objectif de mieux comprendre la pertinence et la faisabilité d'une approche IG pour les secteurs café et cacao au Cameroun, basé sur l'expérience d'autres pays d'Afrique, d'Amérique du Sud et des Caraïbes impliqués dans des stratégies de différenciation de qualité d'origine dans les secteurs du café et du cacao.

1.2 Participants

L'atelier, qui a réuni 34 participants, a permis de faciliter un échange d'expériences entre les principaux intervenants du secteur café cacao au Cameroun (acteurs public et privé) et d'autres pays africains (Kenya, Guinée, Côte d'Ivoire et Ghana) ayant dans certains cas, initié une démarche de protection d'un nom géographique et une démarche de qualité liée à l'origine. Des experts du CIRAD impliqué dans divers projets IG et ayant une connaissance approfondie des secteurs du café et du cacao ont été invités pour partager leur expertise et mettre en évidence les leçons à tirer d'études de cas en République dominicaine, Indonésie, à La Réunion, au Laos, en Équateur, au Brésil, à Sao Tomé et au Vanuatu.

1.3 Programme

Les trois jours de l'atelier ont été articulés autour des points suivants :

- un aperçu des secteurs du café et du cacao au Cameroun avec un accent particulier sur les questions liées à la qualité, la commercialisation et la traçabilité ;
- une introduction aux concepts de base liés aux IG (impact économique et social, aspects juridiques, etc.) et les pré-conditions pour la mise en place d'IG ;
- une sélection de quelques études de cas dans le secteur du café et du cacao de divers pays en développement (identification de la qualité spécifique du produit, délimitation géographique, système de production et de distribution et rôle des acteurs publics et privés, contrôle qualité, stratégie et techniques de commercialisation, protection légale aux niveaux national et international).

Les séances plénières ont été suivies par des travaux en commission pour approfondir la compréhension des différents points présentés et pour identifier les principaux éléments d'une feuille de route d'une approche IG pour le Cameroun.

L'atelier s'est conclu avec une présentation des programmes d'assistance technique liées aux IG actuellement en cours. La plupart des présentations et des rapports des groupes de travail sont disponibles sur le site du CTA via le lien suivant:
<http://tiny.cc/wbn9u>

En résumé, l'atelier a été organisé de façon à donner aux participants les éléments de base qui sous-tendent la démarche d'IG puis de les illustrer avec une sélection de plusieurs études de cas approfondies et des discussions sur la pertinence pour les secteurs du café et du cacao au Cameroun. Les sections suivantes donnent un aperçu des principaux domaines discutés et présentent les principaux éléments du plan d'action proposé lors des travaux en commission.

2. Filière café - cacao au Cameroun

2.1. Contexte historique

Jusqu'à la fin des années 1980, la filière café – cacao au Cameroun était fortement centralisée et réglementée par le gouvernement. L'Office National de Commercialisation des Produits de Base (ONCPB) contrôlait tous les aspects du commerce, du marketing, le contrôle qualité et la formation des prix de la production jusqu'à l'exportation. Afin de maintenir les revenus agricoles et stabiliser les prix des matières premières, un certain nombre de mesures de soutien interne ont été adoptées, notamment sous forme de prix minimum garantis payés aux agriculteurs pour leurs récoltes, des engrais subventionnés, et la fourniture de services de vulgarisation.

Cependant, la crise économique mondiale des années 1980 et la forte baisse des prix des matières premières ont marqué le début de réformes sectorielles significatives. Dans ce contexte et en vue de la réduction des coûts, de l'amélioration de l'efficacité du marché et la promotion du rôle du secteur privé, des mesures d'ajustement structurel ont été introduits au début des années 1990.

Malgré la perception d'un secteur agricole libéralisé plus efficace, la suppression des mesures de soutien gouvernementales ainsi que la dissolution de l'ONCPB ont conduit à un déclin dans la qualité et la quantité lié à la désorganisation du secteur et notamment à l'augmentation du nombre d'acteurs privés tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Peu après, le gouvernement a créé l'Office National Café Cacao du Cameroun (ONCC) et le Conseil Interprofessionnel du Café et du Cacao du Cameroun (CICC) afin de restructurer les deux filières. Le CICC opère sous la surveillance de l'ONCC qui joue un véritable rôle d'agence de régulation du secteur café – cacao. L'ONCC est principalement responsable de la surveillance des statistiques, de l'accompagnement des organisations principales de contrôle qualité (AGROGIC, La Griffe du Littoral, ACE,

SGS, UCC, HYDRAC, Certispec) aussi bien que de la certification des installations de traitement et de stockage, mais avec moins d'influence directe sur le volet production et commercialisation que possédait l'ONCPB avant la libéralisation.

Le CICC regroupe un certain nombre d'organisations professionnelles agricoles, du commerce, de l'industrie et des services des filières café-cacao. Le CICC a pour mission d'agir comme organe consultatif et intermédiaire sur toutes les questions liées au développement, au financement, aux activités de marketing et aux aspects fiscaux. Parmi ces activités principales, il convient de mentionner la fourniture de l'appui technique, la promotion et le suivi du respect des règles et réglementations par les différents intervenants de l'industrie, l'application de sanctions en cas de non-respect, la communication du principe du commerce éthique, la fourniture de matériel d'information, l'enregistrement des contrats de vente à l'exportation ainsi que la gestion du système d'assurance et de réassurance du fonds commun de l'organisation. D'autres activités comprennent la promotion des efforts de commercialisation locales à travers la création de comités locaux de commercialisation, la formation professionnelle des acteurs du secteur (producteurs, acheteurs et torréfacteurs), l'organisation de visites d'étude pour encourager l'échange d'informations entre les différents intervenants du secteur, ainsi que leur participation à des foires au niveau national et international. Depuis sa création en 1991, les statuts du CICC ont été adaptés à plusieurs reprises pour renforcer sa présence et ses capacités d'aide à la commercialisation, la qualité des produits et des mécanismes pour faciliter la traçabilité.

La suppression des mesures de soutien du gouvernement et l'ouverture du marché a entraîné une exposition sans précédent des producteurs à la volatilité des prix du marché mondial et une augmentation de la concurrence causée par l'émergence de nouveaux exportateurs très compétitifs (par exemple la Malaisie, l'Indonésie, le Vietnam).

Les sévères baisses de prix au milieu des années 1980, la « crise du café » en 2001, ainsi que les prix élevés des intrants ont forcé de nombreux agriculteurs à diversifier leur production et notamment à substituer au cacao et au café des produits plus rentables. La situation des deux secteurs est présentée ci-après.

2.2. Profil du secteur café

Le Cameroun est le cinquième plus grand exportateur de café africain et le vingtième plus grand producteur au monde. Le café est un produit d'exportation traditionnelle du

Cameroun, principalement exporté vers l'Europe. En 2009/10, la production totale de café s'élevait à environ 45.000 tonnes métriques (90% Robusta, 10% Arabica) avec un total d'exportation de café vert d'environ 35.000 tonnes métriques.¹ Avec une valeur totale d'exportations de café d'US \$ 70 millions en 2007, le café constitue la cinquième source principale de devises, après les fèves de cacao, les bananes, le coton et le caoutchouc².

Avec ses sols volcaniques, des conditions climatiques favorables, et une main-d'œuvre abondante, le Cameroun dispose de conditions avantageuses pour la production de café. Deux types de café sont cultivés au Cameroun : l'Arabica et le Robusta qui agissent généralement comme arbres d'ombrage pour les cultures vivrières dans des systèmes agricoles mixtes. Le café Arabica est cultivé principalement dans les zones d'haute altitude (à environ 1.500 m d'altitude) dans les provinces de l'Ouest et du Nord-Ouest, sur environ 168.000 exploitations agricoles de 1 et 1,2 hectares (ha). La productivité de l'Arabica varie de 200 à 900 kg / ha. Mounjo (Little Province) est la principale zone de production du Robusta et représente environ 75% de la production totale nationale de Robusta. Le café Robusta est cultivé sur environ 190.000 exploitations agricoles entre 1 et 3 ha (Ministère de l'Agriculture, 2003) à l'exception de quelques exploitations agricoles de 20 ha dans la province de l'Est. La productivité moyenne des café Robusta varie de 300 à 1000 kg / ha.

Le café est une culture à forte intensité de main-d'œuvre. Les cerises mûres sont cueillies à la main et dans la plupart des cas traitées par voie sèche. Avec environ 1 million de personnes directement et indirectement impliquées dans le secteur, le café constitue une source importante de revenus et contribue de manière significative au développement rural.

Malgré une légère reprise de la production de café, à un niveau prometteur d'environ 90.000 tonnes métriques en 2001/2002, la production et la qualité du café camerounais ont connu une détérioration marquée ces dernières années. La baisse a été encore plus importante pour la production de café Arabica, avec une diminution de 20.000 tonnes métriques dans le début des années 1990 à moins de 4.000 tonnes métriques en 2009³.

Le commerce international du café est essentiellement effectué sur la base de contrats à terme à travers la bourse de Londres et de New York. Les prix sont sensibles aux

¹ Statistiques ICO

² FAOSTAT (2007) <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>

³ All ACP Agricultural Commodities Programme

fluctuations de l'offre et de la demande, principalement influencée par le niveau de rendement, les prévisions météorologiques, les politiques commerciales nationales et internationales, les événements politiques, et de plus en plus par le comportement spéculatif de fonds d'investissement (« hedge funds »).

En septembre 1994, le prix du café Robusta a atteint un sommet historique de 180 cents US/lb, en conséquence aux dommages de gel au Brésil, le plus grand producteur de café Robusta dans le monde. Ceci a été suivi par une période de baisse des prix vers une baisse record de 17,37 cents US / lb en 30 ans atteint en novembre 2001. Depuis, les prix du café Robusta ont remonté et fluctuent actuellement autour de 70 cents US/lb. Les fluctuations du prix du café Arabica ont largement suivi une tendance similaire, bien que celui-ci engendre généralement une prime de 20 à 30%.

2.3. Profil du secteur cacao

Le Cameroun est le cinquième producteur mondial de cacao, après la Côte d'Ivoire, le Ghana, l'Indonésie et le Nigeria. En 2008/2009, les quatre pays africains - le Cameroun, le Ghana, la Côte d'Ivoire et le Nigeria produisaient environ 70% de la production mondiale de cacao⁴. En 2009/2010, la récolte du cacao au Cameroun a atteint un niveau de 197.000 tonnes⁵.

Les principales zones de production de cacao au Cameroun sont situées dans les régions Sud-Ouest (50% de la production totale), Centre (35%), Sud (10%), et Est (5%). Kumba dans la région Sud-Ouest est connu comme le plus grand centre commercial de cacao dans la région d'Afrique centrale.

Plus de 1,6 millions de petits exploitants d'une superficie moyenne de 1 ha cultivent le cacao dans un système agricole mixte en association avec d'autres cultures vivrières. Un total d'environ 400.000 ha est dédié à la production de cacao avec un rendement moyen de 375 kg / ha⁶. Les tâches communes des agriculteurs comprennent l'application de pesticides, la récolte⁷, l'écabossage, le transport sur le terrain, le séchage et la fermentation des fèves de cacao.

⁴ ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Vol. XXXVI, No. 2, Cocoa year 2009/2010
<http://www.icco.org/Attachment.aspx?id=pud69031>

⁵ International Business Times Press Report: Cameroon cocoa output falls short of target
<http://www.ibtimes.com/articles/44120/20100820/cameroon-cocoa-output-falls-short-of-target.htm>

⁶ Ibid, p. 16

⁷ Récolte principale: novembre – janvier; récolte mi-culture: avril – juin

Une partie est transformée localement, mais environ 90% du cacao est exporté vers l'Europe, en particulier aux Pays-Bas, comme matière première pour les chocolatiers et l'industrie de la confiserie. Les trois plus grands acheteurs du cacao du Cameroun sont : Archer Daniels Midland (ADM), Cargill et Barry Callebaut. CAMACO (Cameroun Marketing Company), Olam - Usicam, SIC Cacaos SA, Telcar Cocoa Ltd et SOCACAO comptent parmi les plus grandes entreprises transformatrices et exportatrices locales.

Aujourd'hui, une majorité des entreprises locales sont des filiales des grandes multinationales dans le commerce mondial du cacao. Le 31 août 2006, Barry Callebaut possédait 99,95% de SIC Cacaos SA, le transformateur local. ADM - en collaboration avec Olam, un fournisseur de fèves de cacao basé à Singapour, a acquis Usicam, une des plus grandes usines dans le séchage, le nettoyage, l'entreposage du cacao et d'autres activités au Cameroun⁸.

Quatre produits intermédiaires peuvent être produits à partir des fèves de cacao : la liqueur de cacao, le beurre de cacao, le tourteau de cacao et la poudre de cacao. La poudre de cacao, par exemple, est utilisée en tant qu'arôme dans l'industrie de la confiserie et des boissons. D'autre part, le beurre de cacao est principalement utilisé dans la fabrication de chocolat, mais aussi dans une certaine mesure pour la production de savon et de produits cosmétiques.

Depuis la crise financière internationale et la baisse des marchés mondiaux de matières premières fin 2008, les prix du cacao sont remonté pour atteindre un niveau record en 30 ans de 3.510 \$ US / tonne en décembre 2009, plus du double du prix reçu en 2005. Les causes profondes de ce prix record incluent les effets combinés de la relative faiblesse du dollar, la forte demande des fabricants de chocolat liée aux préoccupations d'une offre insuffisante, ainsi que la spéculation des fonds d'investissement.

Les producteurs et commerçants ont également confirmé que cette hausse historique des prix a été ressentie sur le terrain. En juillet 2010, le cacao dans la région Sud-Ouest se vendait à 1.530 – 1.600 FCFA/kg (environ 3 \$US/kg)⁹. Certains agriculteurs maximisaient leurs profits en exerçant une stratégie de stockage temporaire, en libérant qu'une petite partie de leurs stocks sur le marché. Pour la campagne 2010-2011 lancée le 18 août 2010, la production est estimée à environ 200.000 - 205.000 tonnes.

⁸ UNCTAD (2008) COCOA STUDY: Industry Structures and Competition, p.19

⁹ CME Market Press Report, 14 August 2010.

La volatilité des prix reste un problème clé et l'histoire montre que les prix peuvent également se retourner. Il y a seulement 10 ans, en novembre 2000, les prix du cacao à la bourse de New York atteignaient un niveau historique de 714 \$ US / tonne.

Dans un contexte de baisse de la production et de la qualité, de vieillissement des plantations, et d'un accès difficile aux marchés à partir des régions enclavées, les décideurs politiques, les chercheurs et les acteurs du secteur privé doivent rechercher activement des stratégies pour relancer le secteur café – cacao au Cameroun.

2.4 Commercialisation, qualité des produits et traçabilité

Malgré les efforts du CICC et de l'ONCC pour améliorer la commercialisation, la qualité des produits, et leur traçabilité, les producteurs sur le terrain continuent à faire face à un certain nombre de problèmes. L'entretien et l'amélioration de la qualité des produits sont limités par un grand nombre de facteurs : le manque de moyens financiers disponibles pour les petits producteurs, les grandes différences dans le fonctionnement des organisations professionnelles, le manque de connaissances sur les normes et règlements, le vieillissement des plantations, la faible disponibilité de matériel végétal, et le manque de confiance entre producteurs et entre producteurs et leurs organisations professionnelles respectives. Les revenus des agriculteurs ne semblent pas encore refléter les efforts de commercialisation, ni une répartition plus équilibrée de la valeur ajoutée. Une meilleure organisation de la filière et une meilleure coordination des efforts de commercialisation sont nécessaires. Actuellement, les produits peuvent être tracés jusqu'au niveau de l'organisation professionnelle. Bien que la législation actuelle prescrit que chaque lot distribué possède une fiche de données, comportant des informations sur l'origine du produit et les méthodes de production, les informations sur la qualité du produit, le nom du vendeur et de l'acheteur, et toute autres caractéristiques spécifiques des produits, pays et / ou zone de production en sont absentes. La réalité montre que même si des fiches de données ont été conçues par l'ONCC pour le cacao et le café Arabica et Robusta, celles-ci sont souvent mal complétées en raison d'un manque de connaissance des principaux acteurs opérant le long de la filière. La mise en place d'une démarche d'IG au Cameroun nécessitera de pouvoir répondre à toutes ces questions. Cela pouvant passer par un renforcement du cadre institutionnel et législatif relatif aux aspects de commercialisation, qualité et traçabilité des produits.

3. Le potentiel des indications géographiques (IG)

3.1 Conditions nécessaires pour la mise en place d'une IG¹⁰

La réussite d'une démarche IG dépend fortement de conditions préalables à plusieurs niveaux.

3.1.1 Le produit et sa spécificité

La première condition est la spécificité du produit. Un produit ne peut être protégé sous une indication géographique que si on peut lui reconnaître « une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée [...] [qui] peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique »¹¹. Ces caractéristiques spécifiques peuvent être organoleptiques (couleur, goût, odeur), technologiques (facilité de mise en œuvre, obtention d'un résultat recherché), d'aspect (taille, forme, couleur...). Elles doivent en tout cas conférer au produit une originalité qui peut être reconnue au moins par certains acteurs et experts (producteurs, consommateurs, commerçants, transformateurs...). Ces caractéristiques de qualité spécifique ne peuvent être contradictoires avec les caractéristiques de qualité générique obligatoires (normes sanitaires par exemple). Elles doivent être attachées à un terroir et peuvent inclure une technique particulière, un savoir-faire. Ces caractéristiques doivent par ailleurs être stables dans le temps. Dans la réglementation européenne, on distingue deux types d'indications géographiques suivant le lien au lieu : un lien fort avec l'Appellation d'origine protégée (AOP), un lien moins fort avec l'Indication géographique protégée (IGP).

L'évaluation des particularités du produit peut se révéler difficile, notamment en termes de :

- spécification de la zone de production ;
- identification des caractéristiques spécifiques du produit par rapport à des productions similaires dans le pays ou dans d'autres pays (on parle de « caractérisation ») ;
- identification des critères pouvant constituer des bases de contrôle objectives (et donc non contestables par les consommateurs et vendeurs).

¹⁰ La section suivante est basée sur les présentations faites par le CIRAD, OriGIn et l'OAPI, complétées par des extraits du rapport de l'atelier CTA sur les indications géographiques à Montpellier en Mars 2009, ainsi que des extraits des modules préparés pour le forum électronique sur les IG par le CTA et OriGIn.

¹¹ Selon les accords ADPIC

Or, une clarification de ces points est essentielle pour éviter une confusion pour le consommateur, définir la stratégie de communication, combattre les contrefaçons.

Il faut, d'autre part, identifier les étapes clés de l'itinéraire technique ou de la méthode de production qui confèrent ces caractéristiques spécifiques au produit. Ces éléments sont très divers selon les produits.

Pour le café - cacao, signalons par exemple, l'importance de la juste maturité des cerises de café et des fèves de cacao, la durée de fermentation post-récolte, les méthodes de traitement primaire (par exemple, café semi-lavé ou entièrement lavé), la limitation du rendement, des délais ou des conditions de stockage avant transformation.

Les caractéristiques spécifiques du produit, la délimitation de la zone de production et les étapes critiques de la production sont rassemblées dans un document appelé « cahier des charges ». Celui-ci joue un rôle essentiel. Il constitue en fait le contenu du contrat de confiance entre les producteurs, entre les producteurs et les consommateurs, et entre les producteurs et les autorités. Il doit être normatif, être défini collectivement et pouvoir constituer une base de contrôle. Il doit donc être constitué de critères contrôlables. Il est stratégique pour la commercialisation.

Il faut enfin souligner qu'il n'existe pas un cahier des charges type pour les IG, contrairement à ce qui peut exister pour d'autres signes de qualité spécifique comme le commerce équitable ou l'agriculture biologique. Une IG doit garantir le lien au lieu, mais les méthodes d'obtention ou les conditions de production peuvent être très diverses d'une IG à l'autre.

IG, AO, IGP, AOP, AOC : comment s'y reconnaître ?

La première notion apparue est celle d'appellation d'origine (AO). Elle signale un lien fort à un lieu. C'est la notion employée dans la convention de Lisbonne comme dans la définition française des AOC de 1966 ou la définition par l'UE de l'AOP (appellation d'origine protégée, règlement 510/2006) : « **la qualité ou les caractères** sont dus **essentiellement ou exclusivement** au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains et, la production, la transformation **et** l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ». L'AOC est le nom de l'AOP en France, mais le terme d'AOC est voué à disparaître. La notion d'indication géographique signale un lien au lieu moins étroit, comme dans la définition des ADPIC, ou dans la définition de l'IGP par l'UE. Par exemple tous les ingrédients du produit fini ne proviennent pas obligatoirement de la zone délimitée. En résumé, le terme « IG » regroupe les appellations d'origine, qui peuvent être simples (AO), contrôlées (AOC : dénomination française) ou protégées (AOP : dénomination européenne), et les indications géographiques qui peuvent être « protégées » (IGP : dénomination européenne).

3.1.2 La structuration de la filière

Une deuxième condition est représentée par la nécessité d'une démarche collective, d'où le rôle essentiel de l'organisation de la production :

- L'IG doit s'appuyer sur l'engagement d'une majorité des producteurs de la zone et du produit.
- Elle doit s'accompagner d'une réflexion collective sur la qualité qui débouche sur la rédaction d'un cahier des charges.
- L'organisation de la filière est essentielle et ne peut se décréter de l'extérieur. Elle nécessite donc de la part des producteurs une volonté et de la méthode.
- Une organisation professionnelle pouvant assurer l'information, la formation, l'appui et le contrôle est essentielle à cet égard. Cette organisation est aussi en charge de protéger et promouvoir l'IG à l'extérieur et sert d'intermédiaire avec les pouvoirs publics. Elle porte le cahier des charges tel que défini en association avec les producteurs et l'ensemble des acteurs de la filière.

La mise en place d'une IG est donc avant tout un processus autour de l'apprentissage de la gestion de la qualité et de l'organisation de la filière de production.

A cet égard, les présentations de l'ONCC et du CICC ont mis en évidence le rôle crucial de ces institutions, et ont suggérés le potentiel qu'ils pourraient jouer pour la mise en place des IG au Cameroun.

Actuellement, il semble que dans certains pays ACP, ce soit davantage les pouvoirs publics que les producteurs qui sont à l'origine d'initiatives IG. En effet, la protection sous IG est peu connue par ces derniers. Pour de nombreux experts, l'État ne devrait jouer qu'un rôle de facilitateur, l'organisation de producteurs devant être le moteur de la démarche. Il faut donc attirer l'attention sur la nécessité de bien mesurer, aux différentes étapes de la démarche, les rôles respectifs de l'État, des organisations de producteurs existantes et de nouvelles organisations créées spécialement pour la démarche IG.

Composantes de base du cahier des charges

La description du produit

Les ingrédients et les matières premières (obligatoire, exclu...)

La définition du processus de transformation : à travers toutes les étapes (jusqu'à l'emballage final).

La démonstration des aspects de qualité liée à l'origine : le lien entre les spécificités de la qualité et des ressources de la zone géographique (naturelles et humaines)

La définition de la zone de production : différenciation entre la zone de production, transformation et zone d'emballage

Le nom du produit et les critères d'emballage: liste des noms IG

Le système de contrôle ; définition des autorités ou organismes vérifiant le respect des dispositions du cahier des charges

3.1.3 La mise en marché

Il faut souligner que les IG sont apparues en Europe il y a un siècle pour protéger la dénomination de produits déjà très réputés (des vins tels que le Champagne ou le Bordeaux). Il convient de souligner le fait que la protection en IG n'est pas en elle-même une simple démarche de promotion. A titre d'exemple, on peut remarquer que le café de Colombie, qui vient d'être reconnu comme IG par l'Union européenne, a bénéficié de décennies de promotion et de stratégie commerciale. Au-delà de la sensibilisation des consommateurs, il est aussi très important de sensibiliser les différents acteurs du marché, en les assurant de la fiabilité des IG. Cela est certainement un défi additionnel pour les producteurs intéressés dans une démarche IG.

Les marchés visés restent très souvent les marchés internationaux, plus porteurs et rémunérateurs, mais ils nécessitent un investissement lourd au niveau de la qualité, de la reconnaissance et de la promotion. Cela entraîne des surcoûts importants pour les produits et cet investissement n'est pertinent que si les volumes concernés sont relativement importants et le marché pas trop étroit.

Face à ces contraintes sur les marchés internationaux, la démarche IG pour des marchés locaux et régionaux peut se révéler pertinente. La connaissance des produits locaux par les consommateurs réduit d'autant les besoins de promotion. Cela peut donc concerner des volumes de production peu importants. Mais la capacité à payer des produits plus chers sur ces marchés est restreinte. Les marges de manœuvre doivent être étudiées pour adapter le cahier des charges aux attentes de ces marchés, les modalités de contrôle (et donc leur coût) tout en donnant les garanties de qualité vis-à-vis des consommateurs. La souplesse et progressivité qui peuvent être adoptées dans la démarche de définition d'une IG permettent a priori une construction de la spécificité et de la qualité prenant en compte le passage des exigences des marchés locaux aux marchés régionaux puis internationaux.

3.1.4 Le contrôle et la certification

L'IG est une garantie non seulement de l'origine mais aussi du respect d'un cahier des charges, et de caractéristiques spécifiques du produit. Cette garantie peut être offerte par le groupement des producteurs lui-même, sous la supervision d'un organisme public (cas des AOC en France jusqu'à la réforme de 2006, cas des IG aujourd'hui en Indonésie). L'annexe VI de l'accord de Bangui révisé de 1999 de l'OAPI, qui vaut réglementation sur les IG pour ses États membres, renvoie pour la question du contrôle à des dispositions à prendre au niveau de chaque État.

L'Union européenne, quant à elle, a pris la voie d'un contrôle et d'une certification devant être exercés par « une autorité compétente » (publique) ou un organisme de certification accrédité. Ces dispositions valent aussi pour les IG de pays tiers reconnues par l'UE.

La méthode de certification des IG peut se révéler difficile et lourde si elle repose sur de nombreux référentiels, des cahiers des charges complexes et difficiles à évaluer. En outre, le contrôle et l'audit exécuté par une organisation de contrôle agréé présuppose que :

- le groupe dispose de moyens financiers de rémunérer ce service ;
- le groupe dispose de la capacité de choisir un organisme de certification compétent et accrédité ;
- les membres du groupe acceptent de se soumettre à des mesures de contrôle externe (accès aux sites et documents, prélèvements d'échantillon, etc.)
- il existe un cadre juridique et des moyens pour l'imposition de sanctions en cas de fraudes.

Il est essentiel que le rapport d'audit soit remis sans délai et en temps opportun. Le rapport devrait couvrir tous les aspects liés à l'audit, toutes non-conformités potentielles observées, ainsi que les recommandations des auditeurs.

La question de la prise en charge du coût du contrôle a été effleurée mais finalement peu traitée pendant l'atelier. Elle pose la question de la répartition de la valeur ajoutée au sein de la filière. Dans les pays en développement, on constate que le surcoût est généralement porté par les producteurs avec finalement un surcoût limité pour le consommateur. Cela limite de fait les bénéfices économiques pour les producteurs, l'intérêt de l'IG étant plus dans la sécurisation du débouché.

Il est donc essentiel que le calcul économique soit fait en toute transparence afin d'évaluer la valeur ajoutée de l'IG *versus* les coûts de certification (si l'objectif est bien d'augmenter les revenus des producteurs). Selon ECOCERT, dans 80% des cas, le coût du contrôle est de 0,6 à 0,8% du chiffre d'affaire généré.

Un autre problème repose sur l'existence ou non d'organisations localement implantées capables de certifier de tels labels.

Il reste qu'il faut bien distinguer la situation d'une IG reconnue par l'Union européenne, qui doit être contrôlée par un organisme certificateur accrédité, d'une IG d'un pays ACP à vocation nationale ou régionale qui doit seulement se conformer à des législations nationales, qui à l'heure actuelle n'existent pas toujours.

3.1.5 Le cadre institutionnel et légal

Les IG ont besoin d'une reconnaissance officielle et par conséquent d'un cadre institutionnel et légal approprié.

Au **niveau international**, le premier traité administré par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) est la Convention de Paris pour la Propriété industrielle, signé en 1883. En 1958 est conclu l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des AO et leur enregistrement au niveau national. Au niveau de l'OMC, ce sont les articles 22 à 24 de l'APDIC qui régissent les IG (cf. encadré). La réglementation OMC sur les IG est jugée insuffisante du fait qu'elle n'attribue une protection élevée qu'aux vins et spiritueux.

Dans l'**UE**, les IG sont reconnues légalement depuis 1992 par le règlement N°2081/92 sur la protection des IG et des AO pour les produits agricoles et alimentaires (remplacé en 2006 par le règlement N°510/2006)¹². Afin de bénéficier d'une protection d'appellation d'origine protégée (AOP) ou d'une indication géographique protégée (IGP), un produit doit faire l'objet d'un enregistrement à la Commission européenne. La demande doit contenir un cahier des charges¹³ rassemblant au moins les informations suivantes : le nom du produit agricole, la désignation du produit, la délimitation géographique, les faits attestant que le produit provient de la zone géographique indiquée, la méthode de production des produits agricoles, les liens entre la qualité d'un produit et son environnement

¹² Règlement accessible sur

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:fr:PDF>

¹³ Il est à noter qu'un organisme collectif peut demander une modification du cahier des charges, en particulier pour prendre en compte le progrès scientifique et technique ou pour revoir la délimitation géographique.

géographique¹⁴. En outre, la protection *sui generis* protège contre l'utilisation commerciale directe d'une IG enregistrée (utilisation mot pour mot).

La protection des IG selon l'ADPIC de l'OMC

L'article 22, qui définit un **niveau standard de protection**, s'applique à tous les produits. Il impose l'obligation de protéger les indications géographiques afin de ne pas induire le public en erreur et d'empêcher la concurrence déloyale.

L'article 23 prévoit un **niveau de protection plus élevé ou renforcé** pour les indications géographiques concernant **les vins et les spiritueux** : à certaines exceptions près, ces indications doivent être protégées même si une utilisation abusive ne risque pas d'induire le public en erreur. Ce niveau de protection renforcé permet d'attaquer l'emploi de dénominations telles que « Gold Colombia Style Coffee ».

Exceptions (article 24). Dans certains cas, il n'y a pas lieu de protéger les indications géographiques ou la protection peut être limitée. L'accord permet notamment des exceptions dans les cas suivants : lorsqu'une indication est devenue un nom commun (ou "générique") ou lorsqu'un terme a déjà été enregistré en tant que marque de fabrique ou de commerce. Deux questions sont débattues dans le cadre du mandat de Doha, toutes deux se rapportant, quoique de manière différente, au niveau de protection plus élevé prévu par l'article 23 : ces questions sont l'établissement d'un **registre multilatéral pour les vins et les spiritueux et l'extension du niveau plus élevé de protection (article 23)** à des produits autres que les vins et spiritueux. Elles font toutes deux l'objet de vives discussions au niveau des négociations du cycle de Doha.

Même si ces deux questions sont discutées séparément, certaines délégations considèrent qu'elles sont liées. En juillet 2008, un groupe de Membres de l'OMC a demandé l'adoption d'une "décision procédurale" pour négocier parallèlement trois questions relatives à la propriété intellectuelle : les deux questions concernant les indications géographiques, et une proposition en vertu de laquelle les déposants d'une marque de brevet seraient tenus de divulguer l'origine des ressources génétiques et des savoirs traditionnels utilisés dans leurs inventions. Cependant, cette idée ne fait pas l'unanimité parmi les Membres, les opposants faisant valoir en particulier que le seul mandat est celui de négocier le registre multilatéral.

http://www.wto.org/french/tratop_f/trips_f/gi_background_f.htm

Elle interdit aussi l'utilisation commerciale indirecte d'une IG enregistrée dans les cas où : la fausse indication de provenance est utilisée en renvoyant à la vraie origine géographique attendue par exemple en utilisant des expressions telle que « type », « genre », « style », « façon », « imitation », « évocation », même si la fausse indication de provenance se contente de mentionner la vraie origine géographique attendue.

En **Afrique centrale et de l'ouest** a été créée en 1962 l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) qui regroupe 16 États principalement francophones. En 1977, un régime de protection des IG avait été adopté dans le cadre de l'Accord de Bangui sur la propriété intellectuelle. L'accord de Bangui a été révisé en 1999 pour être mis en accord avec les accords ADPIC de l'OMC, et son annexe VI est consacrée aux IG. Depuis lors, aucun enregistrement d'IG africaine n'a été demandé.

¹⁴ Articles 4 et 5 du règlement 510/2006,
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:fr:PDF>

Ce cadre juridique et réglementaire sous-régional permet de reconnaître officiellement en IG les produits d'origine, et ce simultanément dans tous les États membres. Cependant les États membres eux-mêmes doivent encore préciser un certain nombre de dispositions administratives et réglementaires : procédures de réception et d'examen des demandes d'IG à leur niveau, avant transmission à l'OAPI pour enregistrement ; composition et fonctionnement de commissions nationales des IG ; modalités de contrôle ; etc. Par ailleurs, il ne peut y avoir de protection internationale sans protection nationale.

Les aspects institutionnels jouent un rôle primordial dans l'émergence et la promotion des IG et ceci à plusieurs niveaux :

- des politiques publiques volontaristes et en faveur de la promotion des IG (ex: politique volontariste de l'UE), y compris au travers d'appuis financiers pour la mise en place du dispositif IG ;
- des institutions fonctionnelles en mesure d'appuyer les acteurs des filières (dont les OP) dans l'opérationnalisation de la mise en œuvre des IG ;
- un appui des collectivités territoriales.

L'ensemble de ces conditions sont aujourd'hui rarement réunies dans les pays ACP. On voit en revanche se développer des politiques affirmées dans de grands pays en développement (Chine, Inde, Indonésie, Vietnam...) ou émergents (Brésil...).

IG, marques privées, marques collectives, labels privés : différents outils pour des situations et des objectifs différents

- Les **marques** sont des signes distinctifs qui servent à différencier des produits ou services identiques ou similaires offerts par des producteurs ou fournisseurs de services différents (source : OMPI). Elles sont la propriété d'un organisme, d'une entreprise qui peut les revendre. Elles permettent un contrôle sur la communication, une flexibilité sur la méthode de production. Leur identification est facile pour le consommateur. Elles intéressent donc les investisseurs privés.

- Les **marques collectives** peuvent être « simples » ou « de certification ». Simples, elles sont généralement définies comme des signes servant à distinguer l'origine géographique, le produit, le mode de fabrication ou toute autre caractéristique commune des produits ou des services des différentes entreprises qui les utilisent collectivement. Le titulaire peut être soit une association dont font partie ces entreprises soit toute autre entité, y compris une institution publique ou une coopérative (source : OMPI).

- Les **marques de certification** sont généralement accordées à des produits respectant des normes définies mais ne sont pas réservées aux membres d'une entité. Elles peuvent être utilisées par quiconque peut certifier que les produits en question respectent certaines normes établies. Dans de nombreux pays, la principale différence entre marques collectives et marques de certification vient de ce que les premières ne peuvent être utilisées que par un groupe précis d'entreprises, par exemple les membres d'une association, alors que les secondes peuvent être utilisées par quiconque respecte les critères définis par le titulaire de la marque (source : OMPI).

- L'**indication géographique** est un signe utilisé sur des produits qui ont une origine géographique précise et qui possèdent des qualités ou une notoriété dues à ce lieu d'origine. Elle peut être utilisée par tous les producteurs dont les produits ont pour origine le lieu désigné par l'indication géographique et possèdent les qualités caractéristiques (source : OMPI). L'indication géographique peut être protégée par une marque collective simple ou de certification dans les pays qui considèrent que cette protection est suffisante (USA, par exemple) ou par une législation spécifique dans les pays qui le jugent nécessaire (Union européenne, OAPI, Inde, Chine, Indonésie, etc.). Dans ces derniers cas, l'IG correspond à un bien public qui ne peut être vendu ou acheté (propriété collective), l'entrée est libre pour les opérateurs. Elle n'exclut donc pas, contrairement aux marques, et est volontaire. Elles reposent sur une reconnaissance officielle (si cette reconnaissance est assurée par l'État c'est un plus) qui constitue une garantie pour le consommateur et permet une publicité collective. Elle peut être évolutive au niveau du cahier des charges (N.B : il peut exister des marques au sein d'un IG ; ex : Champagne)

- Les **labels publics** sont souvent des marques de certification détenues par l'État : c'est le cas en France du « Label rouge » (qui signifie une qualité supérieure) et du label « bio » (signe distinctif des produits cultivés en agriculture biologique). Dans ces cas, le cahier des charges est négocié avec l'État qui le valide, et son contrôle est assuré par un organisme certificateur agréé.

- Les **labels privés** permettent de développer une stratégie de marketing mais offrent peu de garanties car ils sont souvent auto-déclarés (avec un risque de manque de rigueur au niveau de la définition du cahier des charges et du contrôle). Enfin, la multiplication des signes risque de créer une confusion auprès du consommateur et d'entraîner une suspicion ou un désintérêt plus large pour les labels. Le commerce équitable est garanti par des labels privés, dont le plus connu est celui de Fairtrade Labelling Organization (FLO, Max Havelaar dans certains pays).

Les marques et les IG sont parfaitement compatibles

- Des produits sous marques privées peuvent porter le label IG s'ils sont localisés dans la zone de l'IG et respectent son cahier des charges. Dans ce cas là, les marques privées peuvent même renforcer la notoriété de l'IG.

- Une marque collective peut être un moyen d'élaborer et faire respecter un cahier des charges en capitalisant la renommée d'un produit sur un nom qui appartient collectivement aux producteurs : l'exemple de la pomme de terre « Belle de Guinée » a été présenté lors du séminaire. Enfin, la marque de certification est dans certains pays la seule façon de protéger une indication géographique.

3.2 Etudes de cas

Un certain nombre de pays exportateurs de café et de cacao ont réussi à promouvoir des produits d'origine de haute qualité ainsi que des IG comme outil de diversification au sein de la filière pour approvisionner des marchés de niche, et pour générer des primes par rapport au marché dit conventionnel. Nous donnons ici un bref résumé des expériences et des leçons tirées des études de cas choisies dans les secteurs du café et du cacao : Colombie, Jamaïque, Kenya, Guinée, Côte d'Ivoire, Equateur, Vanuatu, et Ghana.

3.2.1 Café

L'histoire du **Café de Colombie** est sans doute l'exemple le plus connu parmi les IG café. L'approche colombienne a consisté notamment dans le choix stratégique d'établir une dénomination générale qui couvre une grande partie du pays, et par conséquent, de nombreuses zones de culture du café et de grands volumes vendus à des prix supérieurs à ceux du café conventionnel. Le succès du Café de Colombie est le résultat d'un contrôle strict de la qualité, d'une certification et d'une protection juridique aux niveaux national et international. En 2007, le Café de Colombie fut la première IG non-européenne enregistrée et reconnue dans l'UE. En outre, la mise en place de l'IG a eu des retombées positives en termes de développement rural, de distribution des revenus et de stabilité dans les zones de production et dans les industries affiliées. La production entre 2000 et 2008 a atteint en moyenne 10 millions de sacs avec une année 2009 en baisse à 7,9 millions de sacs. Ceci est largement la conséquence de conditions météorologiques défavorables, une réduction des engrais appliqués, et une augmentation de la rouille orangée et de la pyrale du café. Toutefois, les experts s'attendent à ce que le niveau de production se redresse en 2010¹⁸.

Le **Jamaica Blue Mountain Coffee** est un autre exemple intéressant de café d'origine de haute qualité, avec un volume de production d'environ 1.500 tonnes en 2005-06. Le Jamaica Blue Mountain Coffee a été essentiellement initié par des efforts du gouvernement pour la relance du secteur café à travers une amélioration et une reconnaissance de la qualité. Le succès commercial est largement attribuable aux facteurs suivants : les caractéristiques physiques et sensorielles du café, l'emplacement géographique et des conditions naturelles favorables, un contrôle strict de la qualité à tous les niveaux de la filière, une protection juridique de la marque de certification "Jamaica Blue Mountain Coffee" aux niveaux local et international, et des efforts importants de

¹⁸ Genaro Muñoz, L. 2010. Colombian Coffee Sector Outlook. World Coffee Conference 2010. International Coffee Organization. February 27, 2010.

commercialisation et d'image de marque. Tous ces aspects font que le Jamaica Blue Mountain Coffee est un des cafés les plus chers au monde, vendu à environ 0,94 US cents / lb comparé à 0,41 cents US / lb pour des cafés jamaïcains conventionnels.

Le **Café du Kenya** tire son nom du Mont Kenya, deuxième plus haut sommet d'Afrique (après le Kilimandjaro). Les premières graines de café ont été cultivées ici en 1893. La plupart des graines poussent sur les pentes de la montagne, à une altitude de 1.400 à 2.100 mètres, et les principales régions productrices sont le Mt. Kenya West, Kiambu, Kirinyaga, Muranga, Nyeri, Ruiru et Thika. Ces régions sont en outre des zones agro - écologiques qui bénéficient de sols et de conditions climatiques favorables pour la qualité et le goût distinctif du café kenyan. Aujourd'hui, les exploitations couvrent une surface d'environ 170.000 ha, avec 75,5% appartenant à des coopératives, et 24,5% d'exploitations privées. Le Coffee Board du Kenya (CBK) est l'organisme national en charge de tous les aspects liés à l'industrie du café et a adopté ces dernières années des mesures visant à augmenter, à diversifier et assurer la production de café kenyan de haute gamme pour le marché mondial. Le CBK a également joué un rôle considérable dans la promotion et la mise en œuvre par le gouvernement de la « Loi de 1957 relative aux marques », amendée en 1994, afin de protéger également les produits contenant une appellation d'origine en tant que marque de certification. Ceci a notamment favorisé le développement récent d'une marque de café nationale. Avec l'enregistrement de la marque de certification « Coffee Kenya » auprès de l'Institut kenyan de la propriété industrielle (KIPI) en mars 2010, tous cafés qui répondent aux critères de qualité élaborés par l'industrie du café en collaboration avec le "Bureau kényan des normes" sont autorisés à porter le logo distinct « Café du Kenya ». En outre, une initiative qui a abouti à l'adoption d'une loi *sui generis* sur les indications géographiques a été introduite en 2001. Suite à ce développement, une « version provisoire de la loi pour l'enregistrement et la protection des indications géographiques » est en cours d'examen et est discutée entre les autorités nationales pour éventuelle adoption.

En 2004, les producteurs de café de la coopérative Woko en **Guinée** ont commencé à commercialiser leur café Robusta haut de gamme sous le nom de « **Café de Ziama** », pour rendre hommage au terroir du Mont Ziama. Le café Ziama renvoie à des conditions agro - climatiques et à un système de production spécifiques (exploitations à petite échelle et méthodes de culture intensive). La région est estimée à environ 2.000 ha, la productivité à environ 900 kg / ha, avec environ 1.800 tonnes de café commercialisé par an. Le prix de vente local est environ deux fois celui du café conventionnel, et le café est principalement acheté par les grands hôtels et exportateurs locaux.

Enfin, en **Côte d'Ivoire**, même s'il n'existe pas à proprement parler de café d'origine reconnu en tant que tel, un certain nombre d'initiatives sont à mentionner notamment un exercice de cartographie qui a identifié quatre zones homogènes de production de café (Abengourou, Aboisso, Divo, Man) sur la base du génotype scientifique et d'analyses des sols ainsi que les profils de goût. Le contrôle qualité post-récolte du café du terroir est actuellement administrée par le Centre National de Recherche Agronomique (CRNA), et les capacités « cupping » sont appuyés par le CIRAD. Néanmoins, il y a une bonne marge d'amélioration au niveau des efforts de renforcement des capacités et de l'appui technique aux agriculteurs et des organisations paysannes, la protection juridique et l'élaboration de stratégies efficaces de commercialisation.

3.2.2 Cacao

Le **Cacao Arriba de l'Equateur** est un exemple intéressant de « cacao fin » d'origine spécifique. En 2006, le cacao fin de l'Equateur représentait plus de 60% de la production de cacao fin mondiale. À l'époque, la production mondiale de cacao s'élevait à 153.000 tonnes, soit environ 5% du cacao mondial¹⁹. La réputation préexistante de cacao d'origine d'Equateur a significativement contribué à faciliter sa popularité auprès des petites marques européennes et des fabricants de chocolat²⁰. La longue tradition de cacao de l'Équateur est en grande partie due à des conditions idéales de production à travers la vallée du fleuve Guayas et des rives fertiles de plusieurs de ses artères. Le cacao du "haut" du fleuve - la traduction française pour Arriba - est caractérisée par une très courte période de fermentation post-récolte, un arôme floral et une saveur douce, et profite d'une très bonne réputation auprès des spécialistes de cacao. Aujourd'hui, l'Equateur produit plus de la moitié des « cacao fins » du monde pour lequel il reçoit une prime de prix de 20 à 30% supérieur au prix conventionnel de la Bourse de New York. En 2000, le ministère de l'agriculture a décidé de conserver les caractéristiques de l'espèce par la mise en œuvre de règles contenues dans un cahier de charges et à fait une demande d'enregistrement IG pour le cacao Arriba en tant que dénomination d'origine (processus

¹⁹ Solorzano, S. 2008. Commercial Opportunities and Marketing Potential. Ecuador, WCF, 22 May 2009.

²⁰ Fabricants européens qui utilisent le cacao d'Equateur: i.e. Vivani's Ecuadorian bittersweet chocolate, Feletti's 67% Ecuador Dark Chocolate, Lindt GI Chocolate bars (Ecuador, Cuba, Madagascar), Monoprix store GI brand chocolate bars (Ecuador, Santo Domingo) For more information see Hughes, J. 2009. Coffee and chocolate – How can we can help developing country farmers through geographical indications? IPI, Washington D.C.

en cours). D'autres institutions, notamment du secteur public ont également commencé à soutenir les efforts allant dans cette direction.

Le **Cacao du Vanuatu** est un autre exemple intéressant. Avec une production moyenne de cacao d'environ 1.000 tonnes par an, le Vanuatu est un pays producteur et exportateur relativement marginal. Néanmoins, après deux décennies de monopole étatique de commercialisation du cacao, la libéralisation du secteur a permis au Vanuatu de se positionner sur le marché de niche du cacao biologique et de bénéficier de primes significatives. Le succès est largement attribuable à la coopération entre la société française de cacao KAOKA avec l'Association des Agriculteurs Biologiques du Vanuatu (Vanuatu Organic Growers Association, VOGA), structure de commercialisation regroupant des coopératives de transformation qui fournissent exclusivement des fèves de cacao séchées et certifiées biologiques. Les producteurs de cacao au Vanuatu emploient des méthodes de production traditionnelle et ont respectent des normes de qualité strictes. La majorité des investissements supplémentaires, les coûts liés à l'assistance technique, l'accompagnement et l'appui aux coopératives sont pris en charge par des acteurs publics et privés impliqués dans le secteur. Après quatre années d'importation de cacao certifié biologique de VOGA, KAOKA est maintenant suffisamment convaincu de la qualité et d'une certaine constance de l'offre pour lancer un chocolat d'origine du Vanuatu.

Le **Ghana Cocoa Board (COCOBOD)** fait également des efforts pour encourager et motiver ses agriculteurs pour améliorer la qualité et la productivité de fèves de cacao haute gamme, grâce à une meilleure formation des agriculteurs, une meilleure promotion des bonnes pratiques agricoles, des programmes nationaux de lutte contre les ravageurs et les maladies (blackpod et capsids) et des mesures de sensibilisation des acteurs avec la diffusion du « code de bonnes pratiques international » en matière de contrôle qualité du cacao. Une initiative intéressante à noter est le « Ghana Fine Flavor Cocoa Project »²² initié par John Scharffenberger (co-fondateur de Scharffen Berger Chocolate Maker). Ce projet de cacao fin repose sur un contrôle qualité exemplaire, un système de traçabilité et un matériel génétique exceptionnel. Il s'agit d'une collaboration entre chercheurs, producteurs, transformateurs et agences de coopération internationale.

En **Côte d'Ivoire**, des efforts ont été menés dans le sens d'une plus grande différenciation avec l'enregistrement de la marque déposée «**Chocolat du planteur**» auprès de

²² <http://tiny.cc/caj8x>

l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) et l'Office national de la propriété industrielle (INPI) de la Côte d'Ivoire. Le système de contrôle qualité stricte mis en place semble être un facteur clé de succès. Le contrôle de qualité a lieu à toutes les étapes de la filière, sac par sac, en assurant que les critères de qualité sont respectés avant l'étiquetage, ce qui facilite la recherche d'erreurs et l'application de sanctions en cas de fraude.

Les exemples présentés et décrits plus en détail en annexe montrent qu'une politique de différenciation efficace du produit repose largement sur une coopération proactive des différents acteurs publics et privés (ministère de l'agriculture, coopératives de producteurs, entreprises du secteur privé) et est souvent initiée pendant des périodes de stagnation ou de baisse des volumes de production et de baisse de la qualité. Malgré les nombreuses difficultés rencontrées dans les différents pays présentés pour la mise en place de démarches d'IG, ces études de cas pourraient servir d'exemples au Cameroun dans le cadre du développement possible d'une démarche IG pour le secteur café – cacao.

4. Implications possibles pour le Cameroun

4.1 Introduction

Cette section met l'accent sur les conséquences éventuelles d'une démarche IG pour le Cameroun en prenant en compte un certain nombre de recommandations clés formulées par les participants et considérées comme des éléments pouvant contribuer à l'élaboration d'un futur plan d'action. Avant d'entrer dans les détails, il apparaît important à ce stade de souligner l'attitude généralement positive exprimée par les différents participants camerounais à l'égard de l'introduction de produits de qualité d'origine spécifique et notamment d'IG pour le Cameroun. Cette démarche s'inscrit dans une stratégie plus large d'amélioration de la qualité des produits, de positionnement sur des marchés de niche plus rémunérateurs, et d'augmentation des revenus agricoles et de développement rural. L'approche est donc d'abord centrée sur la qualité plutôt que la quantité. La forte demande pour les cafés et cacao d'origine et de qualité supérieure ²³ observée notamment aux

²³ Définition de café de spécialité selon la Specialty Coffee Association of Europe (SCAE): «Le café de spécialité est défini comme une boisson artisanale à base de café de qualité, qui est jugé par le consommateur (dans un marché limité à un moment donné) comme ayant une qualité unique, un goût distinct et une personnalité différente, et même supérieur au café conventionnel offert. Le café de spécialité est fait à base de graines de café qui ont été cultivées dans une zone définie et conformes aux normes les plus élevées pour le café vert, sa torréfaction, son stockage et sa préparation ».

États-Unis et dans l'UE semble plaider en faveur d'une diversification vers des produits de haute qualité.

Les recommandations présentées par les différents groupes de travail ont été articulées autour des questions suivantes :

- Quelle est l'origine régionale spécifique du produit ? En quoi les caractéristiques de ce terroir diffèrent-elles des autres régions et qu'apportent-elles de plus pour le produit et par rapport à la perception du consommateur ?
- Quels café et cacao du Cameroun possèdent déjà une réputation / ou ont le potentiel d'atteindre une valeur particulière au niveau national et / ou international ? Quelles sont les caractéristiques spécifiques de ces produits (y compris la taille des grains, le nombre de défauts, le profil de goût, le contexte socio-économique, les pratiques agricoles, etc.) qui en font un produit différent des autres ?
- Les agriculteurs dans certaines régions respectent-ils ou s'engagent-ils à respecter certaines normes de production et de transformation ? Y a-t-il des indications sur des bonnes pratiques agricoles, des normes environnementales et sociales ? Comment faire en sorte que les organisations d'agriculteurs, coopératives, transformateurs primaires, et experts du secteur coopèrent pour définir ensemble un cahier des charges commun ?
- Quelles sont les mesures nécessaires pour rendre la protection IG juridiquement contraignante au niveau national et international ? Quels sont les organismes juridiques responsables ?
- Quelles responsabilités pour quels acteurs ?
- Quelles mesures envisager pour promouvoir les cafés et cacao d'origine aux niveaux national et international ?

4.2 Identification de cafés et cacaos spécifiques

Il a été estimé qu'une IG serait plus efficace si appliquée à des cafés et cacaos bénéficiant déjà d'une certaine spécificité et d'une réputation.

4.2.1 Café

Le Cameroun figure parmi les quelques pays africains à produire du café Arabica de qualité, cultivé en haute altitude dans les provinces du Nord et du Nord-Ouest. Le café Arabica de la région Boyo²⁴ (province Nord-Ouest), par exemple possède des caractéristiques physiques et un profil aromatique très distinct. Certains experts avancent que le café ne nécessite qu'une légère à moyenne torréfaction pour libérer son arôme corsé, ainsi que sa note chocolatée, et sa finition bien arrondie avec des notes de fruits rouges²⁵. D'autres cafés Arabica ont été mentionnés au cours des discussions et notamment les cafés originaires de Mifi, Dschang, et Kumbo. A côté de conditions pédologiques et climatiques favorables, le goût unique de ces cafés est en grande partie lié aux méthodes de production intensive des petites exploitations agricoles.

Il convient de mentionner les efforts récents du gouvernement pour améliorer la qualité et le goût du café notamment la construction de cinq unités centrales de traitement dans le cadre d'un projet financé par la Banque mondiale dans la ville de Satchu dans l'Ouest du pays. Le processus de décorticage et le lavage mécanique déjà utilisé au Rwanda, au Kenya et en Ethiopie, ont tendance à améliorer le goût et de générer des primes de prix de 20 à 30% supérieurs à ceux des cafés conventionnels²⁶.

La commercialisation du café Arabica de haute qualité peut apparaître plus évidente pour atteindre des prix supérieurs, car ce dernier bénéficie déjà d'une meilleure réputation parmi les spécialistes par rapport au café Robusta, avec son goût moins raffiné, son taux de caféine plus élevée, et sa fonction de remplissage pour les mélanges. Néanmoins, les possibilités de promotion de Robusta d'origine unique et de haute qualité ne doivent pas être négligées, compte tenu de sa part dans la production totale. Trois Robusta ont été identifiés : Noun, Moungo, et Nyong.

²⁴ Voir Cameroon Boyo Organic Arabica Coffee: <http://www.cameroonboyo.com/>

²⁵ Roast Magazine: Origin Profiles – Cameroon
<http://www.roastmagazine.com/origins/cameroon/navigating.html>

²⁶ Reuters (19 July, 2010): 'Cameroon builds coffee processing to boost revenue'
<http://af.reuters.com/article/investingNews/idAFJOE66I0M520100719>

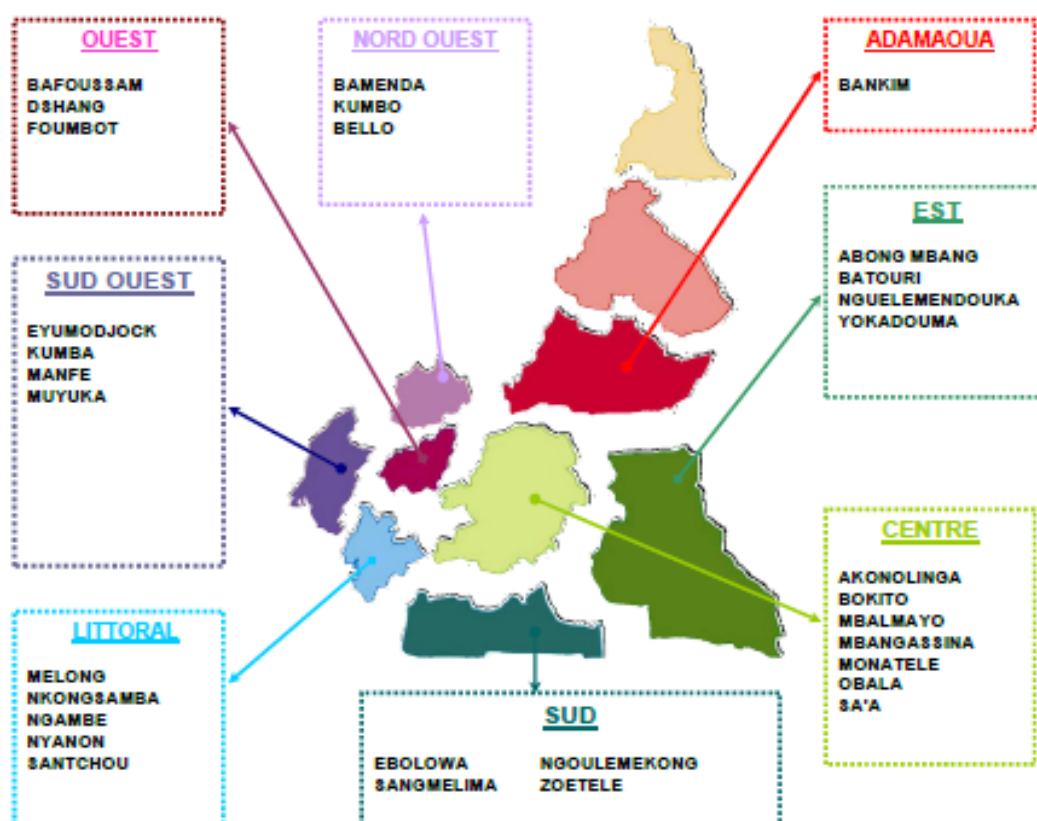
4.2.2 Cacao

Le cacao du Cameroun possède divers attributs de qualité d'origine spécifique qui résultent de conditions météorologiques favorables (un climat chaud et humide subéquatorial), des sols riches, une production intensive de petite échelle et un goût unique. Les experts attachent une grande importance aux attributs uniques du cacao rouge en provenance du Cameroun. Il est à noter que la production de biscuits foncés aux États-Unis se fait avec un type de cacao rouge similaire. Nkondjock et Nyon ont été identifiées comme deux régions productrices de cacao fin alors que jusqu'à présent, le cacao provenant de Mbam et du Mont Cameroun, malgré son arôme très particulier, passe souvent inaperçu. Un autre exemple intéressant soulevé lors des discussions est celui du chocolatier français "LE CRIOLLO", basé à Besançon qui, après une visite d'étude organisée par l'AFDI (Agriculteurs Français et Développement International) a lancé en 2005 une coopération avec la Confédération nationale des producteurs de cacao du Cameroun (CONAPROCAM). L'année suivante, un «code de conduite » a été élaboré avec le soutien de l'IRAD et du CIRAD, ainsi que le logo " qualité CONAPROCAM ", qui vise à améliorer la qualité des fèves de cacao en aidant les producteurs dans leur activités pré et post-récolte. Finalement, la CONAPROCAM avec le soutien de LE CRIOLLO est devenu un exportateur agréé et les premières tonnes de fèves de cacao fin pouvaient être exportées vers la France.

4.3 Délimitation géographique et caractérisation des produits

Les participants de l'atelier ont suggéré la possibilité de sous-diviser le Cameroun en 8 grandes zones de production de café et de cacao (Nord-ouest, Ouest, Sud-ouest, Littoral, Sud, Centre, Est, Adamaoua). Malgré les efforts encourageants, tels que le Système d'Information Géographique (SIG) actuellement en cours de développement par le CICC et les études de caractérisation des sols entrepris par l'IRAD / MINRESI pour certaines régions, il existe encore un besoin d'affiner les critères d'analyse, de mettre à jour les résultats des études, et favoriser la réconciliation des différentes bases de données. En outre, il y a un manque de données sur les profils de goût du café et du cacao et un manque physique de dégustateurs. Il convient toutefois de mentionner que l'AAFEX (Afrique agro-export) et l'UCCAO organisent des formations dans ce sens.

Zones de production de café et cacao identifiées pour le Cameroun



4.4 Les parties prenantes

La mise en œuvre d'une approche IG dépendra fortement de la volonté et de la capacité des acteurs publics et privés à élaborer un cahier des charges commun. La question de la définition des critères d'éligibilité et celle de la base juridique pour la protection de l'IG (à travers l'OAPI et l'OMPI) devront également faire l'objet d'une attention particulière. Le respect des normes définies, la transparence, la responsabilité au sein de la filière, combinés avec des efforts de promotion sont autant de facteurs essentiels dans la détermination de la crédibilité et la réputation du produit, et finalement la volonté des consommateurs de payer une prime liée à la qualité et l'origine du produit.

Il a été suggéré que les organisations de producteurs avec le CICC et le soutien des ministères respectifs seraient les plus susceptibles de porter la démarche IG. Toutefois, cela dépendra largement de la stratégie générale adoptée par le Cameroun, notamment le choix d'aller vers une IG nationale (modèle colombien) ou vers des IG liées à des régions distinctes.

Par ailleurs, des efforts importants devront être menés notamment vers une plus grande collaboration entre coopératives d'agriculteurs, transformateurs et industriels en vue de

l'élaboration de normes de production et de transformation visant un produit de qualité (cf. mise en place récente d'unités de traitement centrales et stations de lavage). Les participants ont également recommandé que l'ONCC puisse maintenir son rôle de surveillance du contrôle qualité au niveau des producteurs et des coopératives ainsi que des laboratoires privés (SGS, Unicontrol, Hydrac) et puisse jouer un rôle plus actif dans la promotion des exportations. D'autre part, il a été recommandé que l'IRAD avec sa vaste expertise en matière de recherche agricole puisse contribuer à cette démarche.

Enfin, la distribution des revenus au sein des filières devrait être reconsidérée afin de renforcer le pouvoir de négociation des producteurs par rapport aux acheteurs. Les coopératives pourraient trouver utile de rediriger une partie des profits au delà d'un certain niveau dans un fonds commun de soutien.

4.5 Contrôle qualité

Comme pour le café, les propriétés physiques et sensorielles ne peuvent être assurées et maintenues de façon homogène qu'à travers un contrôle strict de la production et de la qualité notamment compte tenu de la sensibilité des fèves de cacao à l'humidité et aux moisissures et l'absence d'installations de stockage adéquates au niveau des exploitations agricoles. La commercialisation de cacao fin d'origine est d'abord conditionnée par le respect d'un certain nombre de caractéristiques spécifiques. Les circuits de commercialisation de ces produits de niches sont généralement plus courts ; les contrats se font la plupart du temps directement entre producteurs et acheteurs, les intermédiaires étant moins nombreux. Le respect des critères de qualité définis dans le cahier des charges commun dépendra en grande partie des efforts de l'ONCC, de la coopération avec les laboratoires privés agréés, et du renforcement des capacités d'auto-contrôle au niveau des exploitations et des coopératives. En outre, il a été recommandé de renforcer les partenariats avec des laboratoires internationaux, non seulement pour suivre les tendances internationales en termes de goûts des industries liées et des consommateurs, mais aussi en termes de normes de qualité au niveau international.

4.6 Commercialisation

Finalement, le succès d'un produit protégé par une IG reposera également sur une stratégie de commercialisation proactive. Aujourd'hui, il existe encore un manque considérable d'études sur les marchés d'exportation potentiels (Allemagne, Italie, France, etc.). Certains participants ont recommandé d'augmenter la représentation du café et du cacao du Cameroun au niveau des foires nationales et internationales et d'améliorer la coordination entre les différents acteurs nationaux et les transformateurs internationaux.

5. Conclusion

L'atelier a souligné les potentialités liées à l'adoption d'une démarche IG pour les secteurs café et cacao du Cameroun tout en indiquant les difficultés auxquelles les différents intervenants du secteur privé et public doivent faire face. Les participants ont relevé l'intérêt de l'approche IG comme une des options possibles pour améliorer la qualité des produits, accéder à des marchés de niche et accroître les prix.. Il a toutefois été noté que les IG par eux-mêmes ne devraient pas être considérées comme une solution magique permettant de résoudre tous les problèmes du secteur café cacao. En particulier, les questions de qualité doivent être traitées par un ensemble de mesures parmi lesquelles l'IG ne peut apporter qu'une réponse partielle. Les participants ont reconnu que, même en Europe, les IG représentent seulement une petite partie des produits alimentaires de qualité.

La discussion a également mis en évidence les différentes difficultés auxquelles devrait faire face les filières café cacao dans la mise en place d'une IG, notamment le manque de coordination et de dialogue entre les différents acteurs et des incohérences dans le contrôle qualité. Dans ce contexte, il a été de recommander de renforcer les capacités des différentes parties prenantes, promouvoir les bonnes pratiques agricoles, améliorer les mécanismes de contrôle qualité, et mettre en place des stratégies de commercialisation plus offensives. Néanmoins, comme indiqué précédemment, les mesures prises dépendront en grande partie du choix stratégique adopté, notamment le choix d'aller vers une IG nationale (modèle colombien) ou vers des IG liées à des régions distinctes. En termes de protection juridique des produits tant sur les marchés régionaux qu'internationaux, les participants ont recommandé de passer par l'OAPI.

Si cet atelier de 3 jours a joué un rôle important de sensibilisation auprès des acteurs des filières café cacao en soulignant les avantages mais également les contraintes liées à la mise en place d'une approche IG, les acteurs camerounais de la filière devront toutefois décider de la suite qu'ils veulent donner à cette initiative. Le lancement par le gouvernement et l'ONCC d'une étude de faisabilité d'un projet pilote IG café cacao qui examinerait plus en détail certains des éléments déjà indiqué lors des groupes de travail pourrait ainsi constituer une prochaine étape. Si l'approche IG peut apparaître pour certains comme ambitieuse voire prématurée dans le contexte de la filière café cacao au Cameroun, il convient de noter que cette dernière n'est pas exclusive d'autres types d'approche visant une amélioration de la qualité et une plus grande efficacité de la filière.

Sources

- Accord de Bangui.** 1977. Accord Portant Révision de l'Accord de Bangui du 02 mars 1977 instituant l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI).
http://www.droit-frique.com/images/textes/Afrique/OAPI_Accord_de_Bangui_revise.pdf
- Barjolle, D., Gerz, A., Sautier, D.** 2007. Geographical Indications: a way forward for local development. Summary of the International Training Module , 14 – 25 May 2007, Prangins, Switzerland
<http://www.foodquality-origin.org/documents/formationIG%20agrideacirad2007.pdf>
- CTA - OriGIn.** 2010. Electronic forum on Geographical Indications (GIs) for ACP countries. Module V: Case studies of origin products in developing countries. May 2010.
<http://dgroups.org/ViewDiscussion.aspx?c=0b58ef7b-28aa-4a86-8b58-1243728a6101&i=dd36f314-5d91-42d4-9e47-50b19145f957>
- ECOWAS / SWAC.** 2006. Atlas on Regional Integration in West Africa (Cocoa)
<http://www.oecd.org/dataoecd/51/11/39596493.pdf>
- ECOWAS / SWAC.** 2009. Quality or Quantity? Atlas on Regional Integration in West Africa. <http://www.atlas-ouestafrique.org/spip.php?article210>
- FAO – Siner-GI.** 2009. Linking People and Place – A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable Geographical Indications. Rome, 2009.
<http://www.fao.org/docrep/012/i1057e/i1057e00.htm>
- Genaro Muñoz, L.** 2010. Colombian Coffee Sector Outlook. World Coffee Conference 2010. International Coffee Organization. February 27, 2010.
http://www.wcc2010guatemala.org/index.php?option=com_rokdownloads&view=file&task=download&id=7%3Acolombian-coffee-sector-outlook&Itemid=130&lang=en
- Giovanucci, D., Josling, T., Kerr, W., O'Connor, B., Yeung, M. T.,** 2009. Guide to Geographical Indications – Linking Products and their Origins. ITC, Genève 2009.
http://www.intracen.org/publications/Free-ublications/Geographical_Indications.pdf
- Hughes, J.** 2009. Coffee and Chocolate – can we help developing country farmers through geographical indications? A report prepared for the International Intellectual Property Institute, Washington, D.C. 2009.
http://www.iipi.org/reports/a-ip27E_Hughes.pdf
- Jewell, C.** 2009. Ecuador 2009 – A bicentenary celebration World Intellectual Property Organization (WIPO) http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2009/06/article_0002.html
- Solorzano, S.** 2008. Commercial Opportunities and Marketing Potential. Ecuador, WCF, 22 May 2009.
<http://www.worldcocoafoundation.org/who-we-are/partnership-meetings/pdfs/LSolorzano.pdf>
- Marette, S.** 2009. Can Foreign Producers Benefit from Geographical Indication under the New European Regulation? The Estey Journal of International Law and Trade policy. Volume 1, No. 1, 2009, p. 65-76. http://www.esteyjournal.com/j_pdfs/marette10-1.pdf
- Mawardi, S.** 2009. Advantages, constraints and key success factors in establishing origin- and tradition-linked quality signs: the case of Kintamani Bali Arabica coffee geographical indication, Indonesia. *Case study on quality products linked to geographical origin in Asia*

carried out for FAO, 29 May 2009. <http://www.foodquality-origin.org/documents/Kintamani.pdf>

Mawardi, S. 2009. Establishment of Geographical Indication Protection System in Indonesia. Worldwide Symposium on Geographical Indications. Sofia, Bulgaria, 10 – 12 June, 2009.
http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sof_09/wipo_geo_sof_09_www_124275.pdf

McGregor, A., Watas, P.C., Tora, L. 2009. The Vanuatu Organic Cocoa Growers Association (VOCGA) : A Case Study of Agriculture for Growth in the Pacific. FAO, November 2009.
<http://www.faopacific.ws/Portals/167/publications/AG%20for%20Growth%20Reports/VOOCGA%20Final.pdf>

Musselli, I. 2009. Cocoa Study: Cocoa Industry Structures and Competition. Study prepared by the UNCTAD Secretariat, 2008.
http://www.unctad.org/infocomm/comm_docs/docs/official/ditccom20081.en.pdf

Nchare, A. (2007). Analysis of factors affecting the technical efficiency of Arabica coffee producers. AERC Research Paper 163, African Economic Research Consortium, Nairobi, January 2007. http://www.aercafrica.org/documents/RP_163.pdf

Reviron, S., Thevenod-Mottet, E., El Benni, N. 2009. Geographical Indications: creation and distribution of economic value in developing Countries. Swiss National Centre of Competence in Research. Working Paper No. 2009/14, March 2009.
http://phase1.nccr-trade.org/images/stories/publications/IP5/report_IP5_GI_Value_2009.pdf

Subagyo, T. Intellectual Property Rights in Indonesia. Indonesian Intellectual Property Society. http://www.unescap.org/tid/projects/sisindo_s3_tantono.pdf

Van der Laan, H. L. 1988. Cocoa and Coffee Buying in Cameroon: The Role of the Marketing Board in the South West and North West Provinces 1978 – 1987. *North African Studies Centre, Leiden, The Netherlands*. Working paper No. 11/1988.
<https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/1887/433/1/01PUB0000001152.pdf>

Annexe 1: Agenda



Organization for an International

Geographical Indications Network

**Atelier d'experts internationaux sur les enjeux de la démarche
d'indications géographiques dans le secteur café-cacao au
Cameroun**

-
Yaoundé, 28-30 septembre 2010

Hôtel Mont Febe

-
Programme

Mardi 28 septembre

- | | |
|---------------|--|
| 9.00 – 11.00 | Enregistrement des participants |
| 11.00 – 12.00 | CEREMONIE D'OUVERTURE <ul style="list-style-type: none">- Représentant Office National Café Cacao (ONCC) Cameroun- Point Focal Cameroun- Représentant CTA, Pays-Bas- Représentant OriGIn, Suisse- Représentant Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI), Cameroun- Mot d'ouverture par le Représentant du Ministre du Commerce, Cameroun |
| 12.00-12.30 | Cocktail d'ouverture offert par l'ONCC |
| 12.30-14.00 | Pause déjeuner |
| 14.00-14.15 | Présentation de l'agenda et des participants <ul style="list-style-type: none">- M. Vincent Fautrel, CTA |

14.15–15.45	<p>Panel I - Les filières cacao et café au Cameroun : qualité, commercialisation et traçabilité</p> <ul style="list-style-type: none"> - Représentant, Ministère du Commerce - Représentant, ONCC - Représentant, Conseil interprofessionnel du cacao et du café (CICC) - Représentant, Union Centrale des Coopératives Agricoles de l'Ouest (UCCAO)
15.45 – 16.15	Discussion
16.15 – 16.30	Pause café
16.30 – 17.30	<p>Panel II - Introduction aux concepts clés en matière d'indications géographiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les IG comme instrument de développement durable : exemples en Afrique et dans les autres PVD, M. Didier Chabrol, OAPI/CIRAD, France - La protection juridique des IG et les différentes approches, M. Massimo Vittori, oriGIn, Suisse - Le cadre juridique en Afrique, M. Cécé Kpohomou, OAPI, Cameroun
17.30 – 18.00	Discussion

Mercredi 29 septembre

09.00 – 09.15	<p>Présentation des objectifs de la journée et des panels</p> <ul style="list-style-type: none"> - M. Massimo Vittori, oriGIn
---------------	---

Liste des intervenants panels III à VI :

Jose Londono (Federación Nacional de Cafeteros, Colombie), Amoua Assouan (Global Sustainable Development Associates, Côte d'Ivoire), Sidibé Daouda (Ministère de l'Agriculture, Côte d'Ivoire), José Venegas (Anecacao y Presidente de EcoCafe S.A, Equateur), Gilles Roche (freelance, France), Philippe Bastide (CIRAD, France), Kweku Abaka-Ewusi (Ghana Cocoa Board, Ghana), Sidiki Camara (Coopérative café Zياما, Guinée), Antoinette Haba Sanoussi (Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage, Guinée), Kerri-Gaye Campbell-Rushton (Coffee Industry Board, Jamaïque), Simon Ndaba Mwangi (Coffee Board, Kenya).

09.15 – 10.15	Panel III - Identification de la qualité et de la zone géographique dans les secteurs du cacao et du café : enjeux et rôle des acteurs publics
10.15 – 10.45	Discussion
10.45 – 11.00	Pause café
11.00 – 12.00	Panel IV - Association de producteurs et participation des différents acteurs de la filière à la démarche IG
12.00 – 12.30	Discussion
12.30 – 14.00	Pause déjeuner
14.00 – 15.00	Panel V - Options en matière de contrôle qualité
15.00 – 15.30	Discussion
15.30 – 15.45	Pause café
15.45 – 17.15	Panel VI - Stratégies de commercialisation et de protection juridique
17.15 – 17.45	Discussion
19.00 – 20.00	Projection/débat autour du film CTA sur les IG

Jeudi 30 septembre

09.00 – 09.15	Rappel des principaux points discutés la veille
09.15 – 09.30	Présentation et répartition des 4 groupes de travail parallèles
09.30 – 12.30	Travaux en groupes
12.30 – 14.00	Pause déjeuner
14.00 – 15.00	Présentation des travaux en groupes et plan d'actions
15.00 – 15.30	Discussion
15.30 – 15.45	Pause café
15.45 – 16.00	Aperçu des programmes d'assistance technique/appui sur les IG - M. Massimo Vittori, OriGIn - M. Vincent Fautrel, CTA - M. Ousmane Guindo, FAO (à confirmer)
16.00 – 16.30	Séance de clôture - Représentant ONCC, Cameroun - Représentant CTA

- Représentant OriGIn
- Représentant OAPI
- Représentant du Ministère du Commerce, Cameroun

Nota Bene :

Les panels III à VI viseront à partager avec le Cameroun l'expérience des différents pays d'Afrique, d'Amérique du Sud et des Caraïbes impliqués dans des démarches de différenciation autour de produits de qualité dans les secteurs café cacao.

Annexe 2 : Liste des participants

Titre	Prénom	Nom de famille	Pays	Fonction	Organisation
M.	Nicolas	Poyade	Cameroun		ADM / SIC USICAM
M.	Norbert	Fotsing	Cameroun	Directeur Général	CAPLAMI
M.	Apollinaire	Ngwe	Cameroun	Président	CICC (Conseil Interprofessionnel du Cacao et du Café)
M.	Alexis	Koundi	Cameroun	Président	CONAPROCAM
M.	Auguste	Ndongo Essomba	Cameroun	Directeur Général	Exportateur cacao
M.	Victor	Dicka Dicka	Cameroun	PCA	FEUGIC-APAL
M.	Leonard	Oki Ombete	Cameroun	Délégué	FUCAMB MBANGASSINA
M.	Charles	Booto A Ngon	Cameroun	Directeur Général de l'ANOR	Ministère de l'Industrie
Mme	Angéline	Katchuajene	Cameroun	point focal IG	Ministère de l'Agriculture
M.	Sylvestre	Essono Messanga	Cameroun	Sous-directeur	Ministère du Commerce
M.	Christopher	Mbah	Cameroun	Directeur Général	NWCA
Mme	Michele Dénise G.	Akamba Ava	Cameroun	Directeur Contrôle Qualité	Office national du cacao et du café (ONCC)
M.	Pierre	Etoa Abena	Cameroun	Conseiller technique	Office national du cacao et du café (ONCC)
M.	Omer Gatien	Maledy	Cameroun	Conseiller Technique en charge du café	Office national du cacao et du café (ONCC)
M.	Michael	Ndoping	Cameroun	Directeur Général	Office national du cacao et du café (ONCC)
M.	Didier	Chabrol	Cameroun	AT CIRAD	Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI)
M.	Cécé	Kpohomou	Cameroun	Chargé de programme IG	Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI)
M.	Josué Mbunjungam	Pamansie	Cameroun	Directeur Général	SOCOOPAM
M.	Jean Pierre	Fogue	Cameroun	Directeur Général/Représentant collège des Producteurs	UCAL (Union des Coopératives du Littoral)
M.	François	Mefija Foka	Cameroun	Directeur Général	UCCAO Bafoussam
M.	Ephraïm	Tchakounte	Cameroun	Directeur Général	UTI (Exportateur café)
M.	Ousmane	Guindo	Cameroun	Représentant	FAO
M.	Adamou	Ngoucheme	Cameroun	Chef de cultures adjoint	Société Civile Agricole les Freres du NOUN
M.	Ernest	Ngankang	Cameroun	Directeur usine torrefaction	Brûleries modernes
M.	Patrick	Desplaces	Cameroun	Directeur	Brûleries modernes
Mme	Amoua	Assouan	Côte d'Ivoire	Expert cacao	Global Sustainable Development Associates (GSDA)
M.	Sidibé	Daouda	Côte d'Ivoire	point focal IG	Ministère de l'Agriculture
M.	Philippe	Bastide	France	Expert cacao	Consultant indépendant (ex expert CIRAD)
M.	Kweku	Abaka Ewusi	Ghana	Executive director	Ghana Cocoa Board
M.	Sidiki	Camara	Guinée	Directeur	Coopérative café Ziama
Mme	Antoinette Haba	Sanoussi	Guinée	point focal IG	Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage
M.	Simon	Ndaba Mwangi	Kenya	Coffee industry regulator	Coffee Board of Kenya
M.	Massimo	Vittori	Suisse	Secrétaire général	OriGIn
M.	Vincent	Fautrel	Belgique	Coordinateur Programme Commerce	CTA

Annexe 3 : Discours d'ouverture

Atelier d'experts internationaux sur les enjeux de la démarche IG dans le secteur café-cacao au Cameroun

Cérémonie d'ouverture

Allocution de M. Vincent Fautrel,

Coordonateur Programme Commerce Agricole

CTA ACP-UE

Monsieur le Ministre, Madame la DGA de l'OAPI, Monsieur le DG de l'ONCC, Madame la Représentante du MINADER, Monsieur le Secrétaire Général d'OrigIn, Mesdames et messieurs, chers collègues,

Permettez moi tout d'abord, au nom de Mr Michael Hailu, Directeur du Centre Technique de Coopération Agricole et Rurale ACP-UE, de vous souhaiter à toutes et à tous la bienvenue dans cette superbe ville de Yaoundé et vous remercier d'avoir bien voulu répondre à notre invitation.

Je souhaiterais également remercier nos partenaires l'ONCC, OriGIn et l'OAPI d'avoir accepté de nous appuyer dans cette initiative, qui je l'espère, aura des retombées concrètes au Cameroun et peut-être dans d'autres pays africains représentés ici.

Je voudrais avec votre permission resituer le cadre général de cette réunion et vous présenter quelques éléments d'analyse et de réflexion qui nous ont poussé à initier cet atelier.

Je souhaiterais partir tout d'abord d'un bref aperçu du contexte général des relations commerciales agricoles ACP UE. Une brève analyse du commerce agricole ACP-UE fait ressortir les points suivants.

Les pays ACP représentent une part de plus en plus faible des importations agricoles de l'UE en raison notamment de la concurrence de plus en plus forte des pays émergents agro-exportateurs comme le Brésil, la Thaïlande, l'Indonésie pour ne citer que les principaux.

Cette concurrence avec les pays émergents se renforce sous l'effet de l'érosion des préférences commerciales des pays ACP via la libéralisation multilatérale au niveau de l'OMC mais également via la multiplication des ALE signés par l'UE (méditerranée, Amérique latine, Asie). L'exemple le plus parlant sans doute pour le Cameroun étant l'accord entre l'UE et certains pays d'Amérique Latine qui prévoit une baisse des droits à l'importation sur les bananes dollar.

Non seulement les marges préférentielles diminuent mais les réformes en cours de la PAC en Europe font baisser la valeur même de ces préférences, l'exemple le plus direct étant la réforme du secteur sucrier européen qui s'est traduit par une baisse de plus de 30% du niveau des prix garantis dont bénéficiaient pendant longtemps les pays ACP membres du protocole sucre, protocole qui a pris fin en octobre 2009 il y a tout juste un an.

Par ailleurs, on assiste sur le long terme à une diminution et une volatilité de plus en plus forte des prix des matières premières même si on a connu un boom important sur 2008 avec une correction en 2009 avec la crise financière.

Au delà de l'érosion des préférences qui constituent un élément majeur sur le pilier accès au marché, les pays ACP doivent également faire face à une montée en puissance des barrières non tarifaires et notamment les normes SPS tant au niveau du public que du privé, préoccupation aujourd'hui majeure de la plupart des pays ACP exportateurs.

Parallèlement à cette situation, le marché européen vit une mutation importante sous l'effet notamment de la réforme de la PAC qui met la priorité sur les aspects qualité et valorisation des produits et savoir-faire locaux au détriment d'une approche quantitative qui a marqué pendant longtemps la gestion des marchés européens.

On observe que cette mutation reflète également des changements importants des modes de consommation en Europe, les consommateurs étant de plus en plus soucieux de la qualité de leur alimentation et des implications de leur mode de consommation sur l'environnement mais également en matière éthique.

Pour les pays ACP, cette tendance lourde comporte des aspects contraignants importants (comme par ex le renforcement incessant des normes SPS) mais également des opportunités à saisir : produits bio, produits équitables, produits du terroir.

Les IG en tant qu'outil de différenciation et de valorisation des produits peuvent donc apparaître comme une option intéressante pas uniquement pour les pays du Nord mais également pour les pays du Sud qui doivent aujourd'hui revoir complètement leur stratégie d'exportation s'ils veulent pouvoir se maintenir sur les marchés et faire face à la concurrence. On sait que ces questions sont aujourd'hui de plus en plus débattues au niveau des négociations commerciales que ce soit à l'OMC avec l'UE qui pousse pour une extension du registre des IG au delà des vins et spiritueux mais également dans les négociations bilatérales.

La question des IG est une question difficile car elle renvoie à différents aspects : des aspects de stratégies de développement économique, des aspects juridiques liés à la question complexe des DPI, mais également des aspects institutionnels.

Pour le CTA, l'objet de ce séminaire est de pouvoir sensibiliser un certain nombre d'acteurs sur les enjeux liés à une démarche IG pour les filières café cacao au Cameroun et de mettre sur la table les différentes questions posées.

Si les expériences d'IG en Europe mais également dans d'autres pays au Sud montrent à l'évidence des bénéfices importants pour les communautés impliquées, les difficultés et les échecs sont aussi nombreux.

A quelles conditions la démarche IG pourra-t-elle accompagner le processus de relance des filières café cacao au Cameroun ? Quelles doivent en être les pré conditions ? Quels rôles doivent jouer les différents acteurs ? Autant de questions qui devront faire l'objet de débats qui s'annoncent vifs.

Je finirai juste en rappelant que notre mandat est avant tout de pouvoir faire circuler l'information, faciliter le dialogue et le partage d'expérience tant entre les ACP et l'UE qu'entre les différentes régions ACP et je souhaite saluer à ce titre la présence de nos collègues de Guinée, de Côte d'Ivoire, du Kenya et du Ghana qui ont accepté de partager avec nous leur précieuse expériences.

Merci et bon atelier à vous

**Atelier d'experts internationaux sur les enjeux de la démarche IG
dans le secteur café-cacao au Cameroun**

Cérémonie d'ouverture

Allocution de M. Massimo Vittori,

Secrétaire général, oriGIn

Monsieur le Secrétaire général du Ministère du Commerce,
Madame la Directrice général adjointe de l'Organisation Africaine de la Propriété
Intellectuelle (OAPI),

Monsieur le Directeur général de l'Office national café-cacao (ONCC),

Monsieur le représentant du Centre technique de coopération agricole et rurale
(CTA),

Mesdames et Messieurs,

Chers collègues,

Bonjour !

C'est un honneur et un plaisir d'être là parmi vous aujourd'hui. OriGIn, l'organisation mondiale des producteurs d'Indications Géographiques (IG) – institution que je représente – est fière d'avoir contribué à organiser cet atelier, en partenariat avec l'ONCC, le CTA et l'OAPI, dont je tiens à remercier personnellement les représentants pour leur professionnalité et leur engagement. Travailler avec vous a été un plaisir et j'espère que cet atelier ne représente que la première étape d'une longue coopération !

Mesdames et Messieurs, aujourd'hui je souhaite attirer votre attention sur 2 aspects principaux concernant les IG. D'une part, la démarche de diversification de la production et de positionnement sur le marché fondée sur la qualité géographique est devenue désormais un phénomène mondial. L'atelier d'aujourd'hui montre clairement l'intérêt pour une telle démarche au Cameroun. D'ailleurs, le projet de mise en valeur des IG dans les pays de l'OAPI, financé par l'Agence française de développement (AFD), dont on discutera pendant l'atelier, témoigne des potentialités en Afrique centrale et occidentale. Et encore en Afrique, entre autres, le Maroc, l'Afrique du sud et le Kenya sont très actifs dans la mise en œuvre de stratégies de développement rural axées sur les IG. En dehors de l'Afrique, si au Cambodge 2 premières IG viennent d'être enregistrés, l'Inde protège actuellement 117 IG, dont la grande majorité en relation avec des produits

artisanaux. A ce sujet, je vous signale que l'Union européenne (UE) n'a pas une législation communautaire sur les IG artisanales. Enfin, pour ce qui est de l'Amérique latine, le Brésil, le Pérou, le Chili et la Colombie, dont l'IG « Café de Colombia » a été la première IG non-européenne protégée dans le cadre de l'Union, sont également très avancés dans la réflexion et la pratique des IG. Ainsi, la pratique des Etats montre que les IG sont un véritable concept mondial.

D'autre part, et je viens au deuxième point de mon discours, plusieurs aspects la démarche IG sont à mon avis très adaptés aux stratégies de développement rural, en particulier dans les pays en développement. Tout d'abord, les IG peuvent représenter une source d'emploi et de richesse importante. A titre d'exemple, 500.000 producteurs adhèrent à la « Federación Nacional des cafeteros de Colombia » (FNC) et le secteur génère 4 million d'emplois indirectes, voire 35% des emplois du secteur agricole. D'ailleurs, la démarche IG peut lancer un cycle vertueux dans des zones rurales, en produisant des effets positifs dans des secteurs parallèles, comme par exemple le tourisme, en favorisant la préservation de la biodiversité et la protection de l'environnement. D'autre part, il s'agit d'un droit de propriété intellectuelle collectif qui, à certaines conditions, permet aux producteurs de s'approprier de la valeur ajoutée. La différenciation axée sur la qualité géographique a également le potentiel de transformer des produits de base en produits de haute gamme ainsi que de favoriser l'accès aux marchés internationaux, étant donné des règles du commerce international de plus en plus exigeantes en matière de traçabilité. Enfin, les IG ne peuvent pas faire objet de délocalisation, sont très adaptées à protéger les savoirs traditionnels d'une communauté et nécessitent une dynamique de coopération parmi les producteurs de la filière.

A la lumière de ces considérations, je salue l'intérêt que la démarche IG suscite au Cameroun. L'objectif de ce séminaire est justement de lancer une réflexion stratégique et d'étudier comment les IG peuvent répondre aux attentes des producteurs de la filière café-cacao au Cameroun ; attentes en termes de création et répartition de la valeur ajoutée, traçabilité, structuration de la filière. Néanmoins, et je tiens à le souligner tout de suite, l'IG n'est pas et ne doit pas être perçue comme un simple instrument de marketing. Cette démarche a ses règles et ses coûts. Il s'agit d'effectuer un investissement pour assurer une plus haute qualité des produits ainsi que de construire une réputation. Et n'oubliez surtout pas que, si des années de travail sont nécessaires à bâtir une réputation, un seul jour est

suffisant pour la détruire. Ainsi, la qualité doit être assurée dans le temps. Pendant ces trois jours, nous aurons la possibilité de mieux connaître l'expérience d'autres pays en développement, qui se sont lancés dans cette « aventure collective » dans les secteurs du café-cacao et nous allons en tirer des enseignements, dans un esprit de partage des connaissances. Très intéressant, à mon avis, est de souligner la composante « Sud-Sud » de cet échange. Enfin, permettez-moi de vous dire que les IG sont un sujet passionnant, qui met en relation l'aspect local de la production avec les marchés internationaux, ainsi que la tradition du savoir-faire avec l'innovation. Je vous souhaite des excellents travaux et j'espère que, suite à l'atelier, vous aussi serez devenus des passionnés de cette matière et surtout, vous en aurez tiré des enseignements pratiques pour vos activités respectives !